

Etyczny wymiar rynku farmaceutycznego w Polsce

Rynek farmaceutyczny jest rzeczywistością dynamiczną i skomplikowaną. Łączy w sobie obszerne i współoddziałujące na siebie działy, które układają się w proces prowadzący od badań klinicznych i nieklinicznych kandydatów na produkty lecznicze, poprzez proces rejestracji leku i ewentualne wprowadzenie go na listę refundacyjną, promocję leku wśród pracowników służby zdrowia i pacjentów, aż po jego dystrybucję hurtową i detaliczną. Różnorodność i złożoność procesów tu zachodzących znajduje punkt wspólny w osobie człowieka działającego w tych zinstytucjonalizowanych i obwarowanych procedurami strukturach. Niniejsza rozprawa stanowi próbę wykazania, że - jako przestrzeń ludzkiej aktywności - rynek farmaceutyczny może i powinien podlegać wartościowaniom etycznym w oparciu o integralną antropologię, która pełny wyraz znajduje w personalizmie chrześcijańskim.

Niniejsza rozprawa jest zatem próbą oceny rynku farmaceutycznego w Polsce w oparciu o etykę, która koncentruje się wokół koncepcji osoby i jej przyrodzonej godności. Tak ujęta tematyka została opisana w pięciu rozdziałach. W pierwszym zostały zaprezentowane te teorie antropologiczne, które mają wpływ na kształtowanie zasad etycznych w obrębie rynku farmaceutycznego oraz starano się wykazać ich niedoskonałości i ułomności.

Następnie, wobec mnogości konkurencyjnych teorii i nurtów antropologicznych wskazuje się na pewne kryteria niezbędne dla właściwej i całościowej oceny rynku farmaceutycznego. W rozdziale drugim przedstawiono takie kryteria antropologiczne, etyczne, społeczne i prawne, które dają możliwość wnikliwej oceny działań na rynku farmaceutycznym, nie grożąc przy tym utratą z pola widzenia holistycznej wizji człowieka. Wyakcentowane tu zostały dobro wspólne, sprawiedliwość, solidarność i pomocniczość, które składają się na kryteria społeczne oraz odpowiedzialność (etyczna, społeczna, prawna, itd.), jako szczególna i uniwersalna forma, pozwalająca na kształtowanie prawych sumień osób zaangażowanych w rynek farmaceutyczny i ich wzajemnych relacji. Natomiast, jako że rozumienie kim jest człowiek ma konsekwencje zarówno dla etyki, jak i dla teologii moralnej, to kryteria antropologiczne zinterpretowano także w świetle Bożego Objawienia. W kolejnych rozdziałach wymienione kryteria zostały odniesione do konkretnego rynku farmaceutycznego, z jego komponentami ekonomicznymi, medycznymi, prawnymi, itd.

Rozdział trzeci dotyczy więc odpowiedzialności etycznej osób związanych z etapem badań klinicznych nad produktem leczniczym oraz związanych jest z jego rejestracją, a następnie refundacją. Z perspektywy moralnej pojawiają się tu pytania na przykład

o sprawiedliwy podział dostępnych środków, bezpieczeństwa leków wprowadzanych na rynek oraz ustalania zasad dopłat do leków tak, by stały się one dostępne dla pacjentów.

W rozdziale czwartym omówione zostały problemy etyczne związane z etapem promocji i reklamy leków. Skutkiem nieodpowiedzialnie prowadzonej działalności marketingowej, skierowanej zarówno do osób uprawnionych do wystawiania recept, jak i do pacjentów, jest zwiększenie ilości sprzedawanych i zażywanych leków, co może nieść z sobą szereg negatywnych skutków. W tym obszarze problemy etyczne związane są głównie z nielegalną dystrybucją leków, a także odnoszą się do relacji pacjent – farmaceuta. Odrębny problem stanowi kwestia zapewnienia farmaceutom możliwości działania zgodnie z własnym sumieniem.

Rozdział piąty stanowi niejako kłamerę spinającą rozprawę. W nawiązaniu do jej pierwszego rozdziału wykazuje, że w etyce farmaceutycznej konieczne są uzasadnienia personalistyczne. Dlatego też człowiek i jego osobista godność muszą stanowić punkt odniesienia dla analiz etycznych rynku farmaceutycznego na wszystkich etapach i we wszystkich wymiarach jego funkcjonowania, także w wymiarze ekonomicznym. Personalizm chrześcijański wydaje się tu być propozycją najodpowiedniejszą.